

УДК 339.13

Огнистий С. – ст. гр. ПМ-51

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Науковий керівник: к.е.н., доцент Оксентюк Б.А.

Ohnystyy S.

*Ternopil Ivan Puluj National Technical University*

## **IMPROVEMENT OF MARKETING ACTIVITY OF ENTERPRISE**

Supervisor: Oksentyuk B.A.

Ключові слова: ринок, маркетинг, підприємство.

Keywords: market, marketing, enterprise.

На сьогоднішній день необхідною умовою розвитку підприємства є активна діяльність на ринку. Робота пов'язана не лише з випуском продукції, а й вивченням кінцевого споживача, постійним моніторингом ринкової ситуації, здатністю адаптуватися до мінливого середовища. Такий тип ринкової поведінки підприємств зазвичай асоціюється з маркетингом.

Коли у світі ефективний маркетинг є основою ведення успішного бізнесу, в Україні, на жаль, ще не достатньо усвідомили його важливість.

На сьогодні передумовою успіху підприємства на ринку є орієнтація кінцевих результатів на потреби споживачів. Все більшої уваги набуває потреба у своєчасному прийнятті обґрунтованих маркетингових управлінських рішень.

Маркетинг передбачає і максимально широке та повне використання ринкових умов, усіх чинників комерційного успіху в ім'я досягнення основної мети – одержання прибутку. Таке загальне спрямування стратегії маркетингу, яка, з урахуванням умов, що склалися, визначає сукупність тактичних прийомів (комплекс маркетингу) щодо виходу на ринок, сприяє зміцненню конкурентних позицій, оптимізації збуту, активному впливу на сферу реалізації. Цим породжуються й основні принципи ринкової орієнтації управління, які також виступають основними принципами цієї стратегії. Саме тому ефективність маркетингової діяльності підприємства залежить від злагодженої та зрівноваженої діяльності його фахівців у маркетинг-менеджменті; маркетинговому плануванні, проведенні маркетингових досліджень; формуванні та реалізації комунікаційної політики підприємства; розподілі та налагодження збуту виготовленої продукції.

Отже, становлення та розвиток системи маркетингу є невід'ємною частиною функціонування підприємства. Маркетингове мислення має все більше проникнути в усі сфери діяльності підприємства. Адже саме ті підприємства, які зможуть організувати управління маркетинговою діяльністю, навчитись пристосовуватись до потреб ринку, зможуть випускати продукцію, яка користується попитом, і така діяльність постійно вдосконалюється відповідно до об'єктивних вимог виробництва та реалізації товарів і послуг, ускладнення господарських зв'язків, підвищення ролі споживача в формуванні характеристик продукції та змісту послуг.